

[Texte]

**Mr. McLeish:** Mr. Chairman, as has been indicated by Mr. Lapointe, I have been appearing for the last seven weeks before the commission of inquiry into bilingual air-ground communications. It is anticipated that the commission public inquiries will terminate the last day of March. The terms of reference for the commission indicate that it is to have its report prepared 90 days from the receipt of the report of the bilingual simulation team. Now the commission received the report on January 15, so that would mean that the commission would have to have its report prepared by April 15, but I personally believe that that will not be possible and I believe that the commissioners are considering a request for an extension to that period because the length of the duration of the hearings has been longer than was anticipated by everyone.

**M. Lapointe:** Monsieur le président, je remercie M. McLeish de ses renseignements. J'aimerais revenir à la question globale de Mirabel et des actions qui peuvent être entreprises en vue de favoriser l'exploitation ou l'utilisation maximale de cet aéroport. Nous entendons dire très souvent, de la part des membres de l'opposition, que nous devrions «mettre aux boules à mites» cet aéroport, ils se scandalisent d'un déficit qu'ils estiment à 50 millions de dollars alors qu'ils oublient toujours de tenir compte des montants d'investissements premiers que nous avons dû faire pour construire cet aéroport. On a mis sur pied, je crois, dans la région aérienne du Québec, un groupe qui s'appelle Action Mirabel; j'aimerais savoir de la part de M. McLeish quelles sont les initiatives prises jusqu'à maintenant par Action Mirabel? Est-ce qu'on a, par exemple, fait du marketing auprès des compagnies aériennes européennes ou autres pour essayer de vendre l'utilisation de Mirabel? On sait qu'Air France, KLM, British Airways ou la plupart des grandes compagnies européennes, à l'heure actuelle, font leurs arrêts techniques à J. F. Kennedy Airport à New York, ou encore à Chicago; est-ce qu'on a essayé de convaincre ces compagnies qu'il pouvait être avantageux d'utiliser Mirabel comme arrêt technique pour les vols vers Los Angeles, Mexico ou San Francisco? Est-ce qu'on a déterminé si c'était avantageux ou pas comparativement à l'utilisation de JFK par exemple? Est-ce qu'on a cherché à savoir si les frais d'atterrissage additionnés aux taxes par passager, au coût de l'essence, aux retards que peuvent connaître ces avions à New York ou ailleurs favoriseraient davantage une compagnie aérienne, tel que KLM, si elles venaient à Mirabel? Si tel est le cas, est-ce qu'on a commencé une campagne de publicité ou une campagne de marketing auprès des compagnies aériennes pour les inciter à faire leurs arrêts à Mirabel plutôt qu'à JFK?

**Mr. McLeish:** Mr. Chairman, the question of marketing Mirabel was looked at very seriously by the Air Administration some two years ago. The concept of Action Mirabel was adopted and it involves the integration of the combined efforts of the City of Montreal, the Chamber of Commerce, the Quebec government, the hotels of Montreal—all those interested in the commercial development of the Montreal area. The concept was that by bringing together the principals of these various commercial interests, we could, in fact, launch a major and successful marketing program for Mirabel. I am pleased to say that the activity has been pursued enthusiastically by every one of the commercial interests that we

[Traduction]

**M. McLeish:** Monsieur le président, comme l'a indiqué M. Lapointe, je comparais depuis sept semaines devant la commission d'enquête sur les communications bilingues air-sol. On prévoit que les enquêtes publiques de la commission se termineront le dernier jour de mars. Le mandat de la commission stipule que son rapport doit être prêt dans les 90 jours qui suivent le dépôt du rapport de l'équipe de simulation bilingue. La commission a reçu ce rapport le 15 janvier, et elle devrait donc déposer son rapport le 15 avril, mais personnellement, je sais que cela ne sera pas possible, et que les commissaires songent à demander un prolongement de cette période, car les audiences publiques ont duré plus longtemps qu'on ne l'avait prévu.

**Mr. Lapointe:** Mr. Chairman, I want to thank Mr. McLeish for his information. I would like now to come back to the whole question of Mirabel and measures which have been undertaken in order to foster full utilization of that airport. We often hear members of the Opposition say that the airport should be mothballed, and they are scandalized by a deficit which they estimate to be \$50 million, while forgetting to take into account the monies invested in order to build the airport. I believe a group called Action Mirabel was established in the airport region of Quebec; could Mr. McLeish tell us what initiative Action Mirabel has taken up to now? For instance, has there been any marketing done with the European airlines or others in order to try to sell the use of Mirabel? We know that, at the moment, Air France, KLM, British Airways and most of the other large European airlines make their technical stops at J. F. Kennedy Airport, in New York, or else, in Chicago; have we tried to convince these companies that it might be more advantageous to use Mirabel as their technical stop, on flights to Los Angeles, Mexico City or San Francisco? Has it been determined if it would be more advantageous to use J.F.K. or not? Have any efforts been made to find out if, taking into account the landing fees, plus the passenger taxes and the cost of fuels added to the frequent delays that often occur in New York or elsewhere, an airline such as KLM might find it more advantageous to come to Mirabel? If such is the case, has there been any publicity campaign or marketing campaign with these airlines in order to encourage them to stop in Mirabel rather than J.F.K.?

**M. McLeish:** Monsieur le président, l'Administration des transports aériens a étudié en détail toute la question de la commercialisation de Mirabel, il y a deux ans. C'est à ce moment que l'on a adopté le concept d'Action Mirabel, groupe qui concerte les efforts de la ville de Montréal, de la Chambre de commerce, du gouvernement du Québec et des hôtels de Montréal—they s'intéressent tous au développement commercial de la région montréalaise. Nous avons cru qu'en rassemblant les principaux intérêts commerciaux pour vendre l'idée Mirabel, nous pourrions avoir un certain succès. Je suis heureux de dire que chacun des organismes auxquels nous avons fait appel nous a accordé sa collaboration enthousiaste, et nous avons